

COMO GENERAR INVESTIGACIÓN DE ALTO IMPACTO Y GENERADORA DE VALOR

Dependencia



Finishing the circle of R&D

P O N S
PATENTES
Y MARCAS

La importancia de la protección (s. XI)



La importancia de la protección



La importancia de la protección



La importancia de la protección

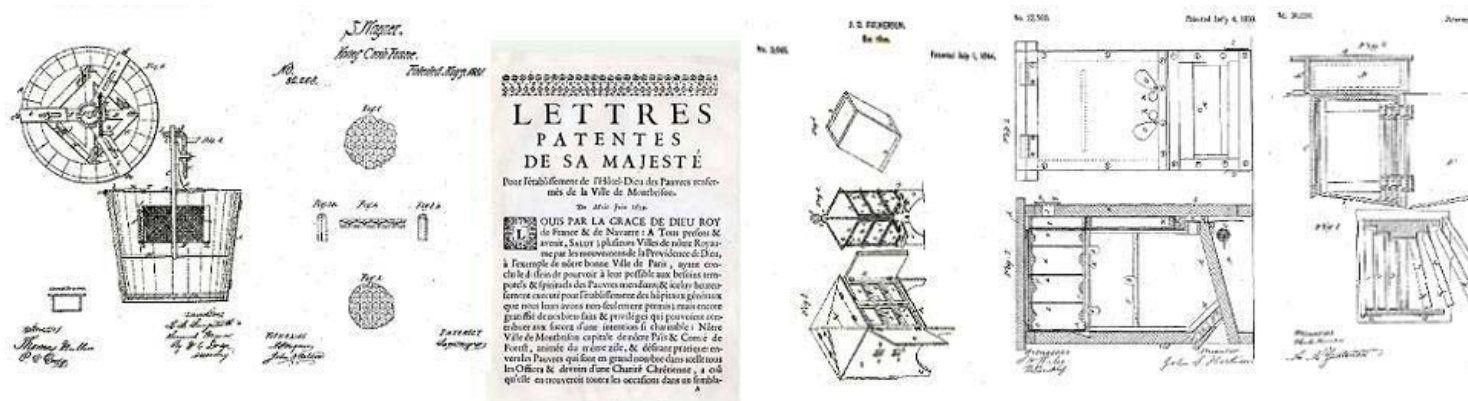


La importancia de la protección





La importancia de la protección



Hechos



- ◆ Guardar el conocimiento
- ◆ Explotación de resultados
- ◆ Mercado en condiciones de libertad para operar
- ◆ Monopolio

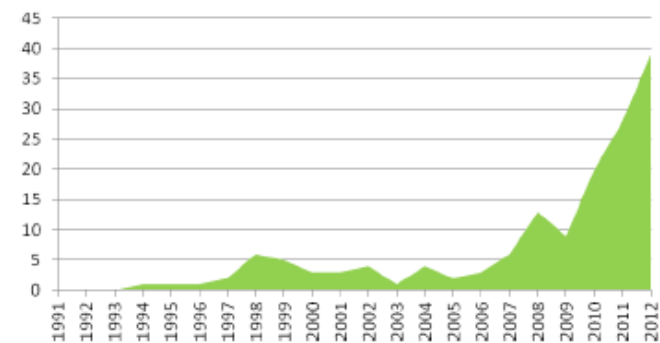
Antecedentes - Evolución de la tecnología

Tabla 2: Patentes por año de publicación

Año Pub.	Patentes	Acum.	%	% Acum.
1991	0	0	0,0%	0,0%
1992	0	0	0,0%	0,0%
1993	0	0	0,0%	0,0%
1994	1	1	0,7%	0,7%
1995	1	2	0,7%	1,3%
1996	1	3	0,7%	2,0%
1997	2	5	1,3%	3,3%
1998	6	11	4,0%	7,3%
1999	5	16	3,3%	10,6%
2000	3	19	2,0%	12,6%
2001	3	22	2,0%	14,6%
2002	4	26	2,6%	17,2%
2003	1	27	0,7%	17,9%
2004	4	31	2,6%	20,5%
2005	2	33	1,3%	21,9%
2006	3	36	2,0%	23,8%
2007	6	42	4,0%	27,8%
2008	13	55	8,6%	36,4%
2009	9	64	6,0%	42,4%
2010	20	84	13,2%	55,6%
2011	28	112	18,5%	74,2%
2012	39	151	25,8%	100,0%
151				

Fuente: Elaboración propia a partir de información extraída de bases de datos de patentes

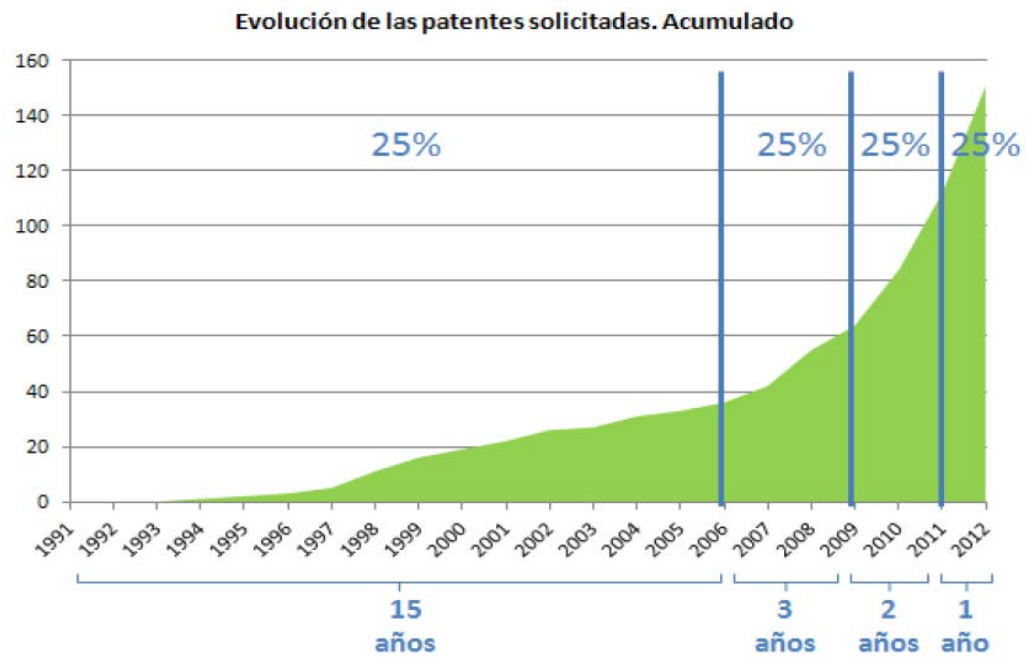
Evolución de las patentes solicitadas



Gráf. 2: Distribución de patentes por año

Fuente: Elaboración propia a partir de información extraída de bases de datos de patentes

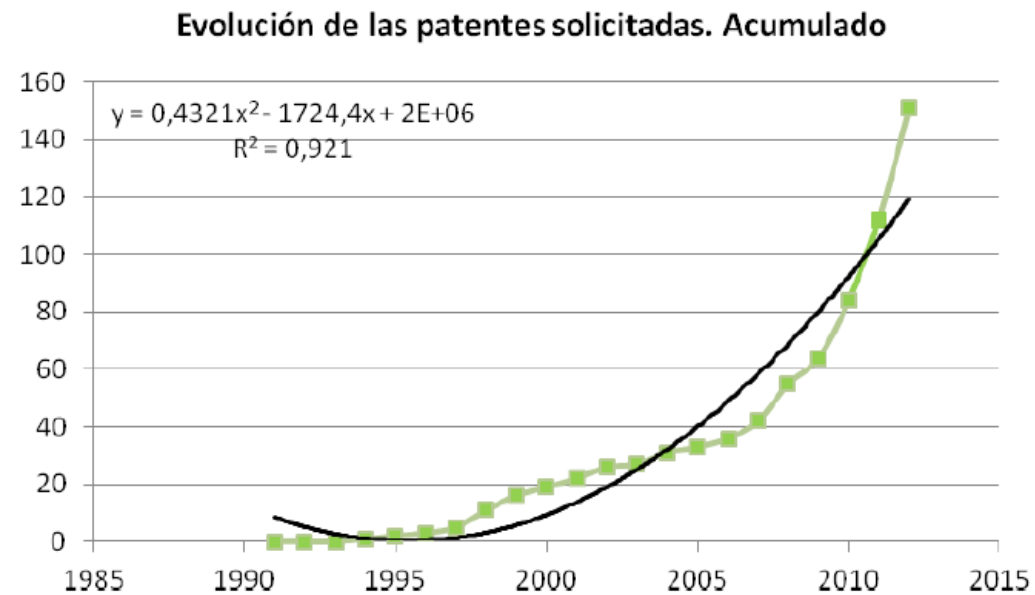
Antecedentes - Evolución de la tecnología



Gráf. 5: Distribución de patentes por año. Acumulado. Crecimiento

Fuente: Elaboración propia a partir de información extraída de bases de datos de patentes

Antecedentes: Evolución del mercado: qué, dónde, quién



Gráf. 4: Distribución de patentes por año. Acumulado. Línea de tendencia
Fuente: Elaboración propia a partir de información extraída de bases de datos de patentes

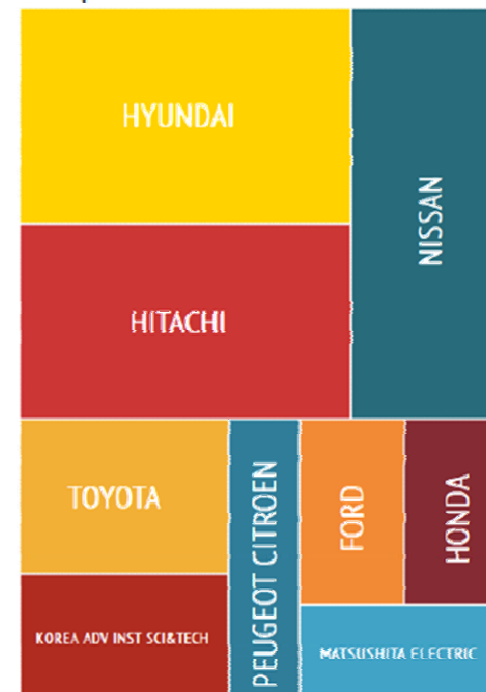
Estudio de la competencia

Tabla 5: Principales solicitantes de patentes.

Principales solicitantes	Patentes	%
HYUNDAI MOTOR CO LTD	11	7,3%
HITACHI LTD	10	6,6%
NISSAN MOTOR CO LTD	10	6,6%
TOYOTA MOTOR CO LTD	8	5,3%
KOREA ADV INST SCI&TECHNOLOGY	4	2,6%
PEUGEOT CITROEN AUTOMOBILES SA	3	2,0%
FORD	3	2,0%
HONDA MOTOR CO LTD	3	2,0%
MATSUSHITA ELECTRIC IND CO LTD PANASONIC CORP	3	2,0%
Total principales solicitantes	55	36,4%
TOTAL	151	100,0%

Fuente: Elaboración propia a partir de información extraída de bases de datos de patentes

Principales solicitantes



Gráf. 9: Principales solicitantes de patentes 1991 – 2012

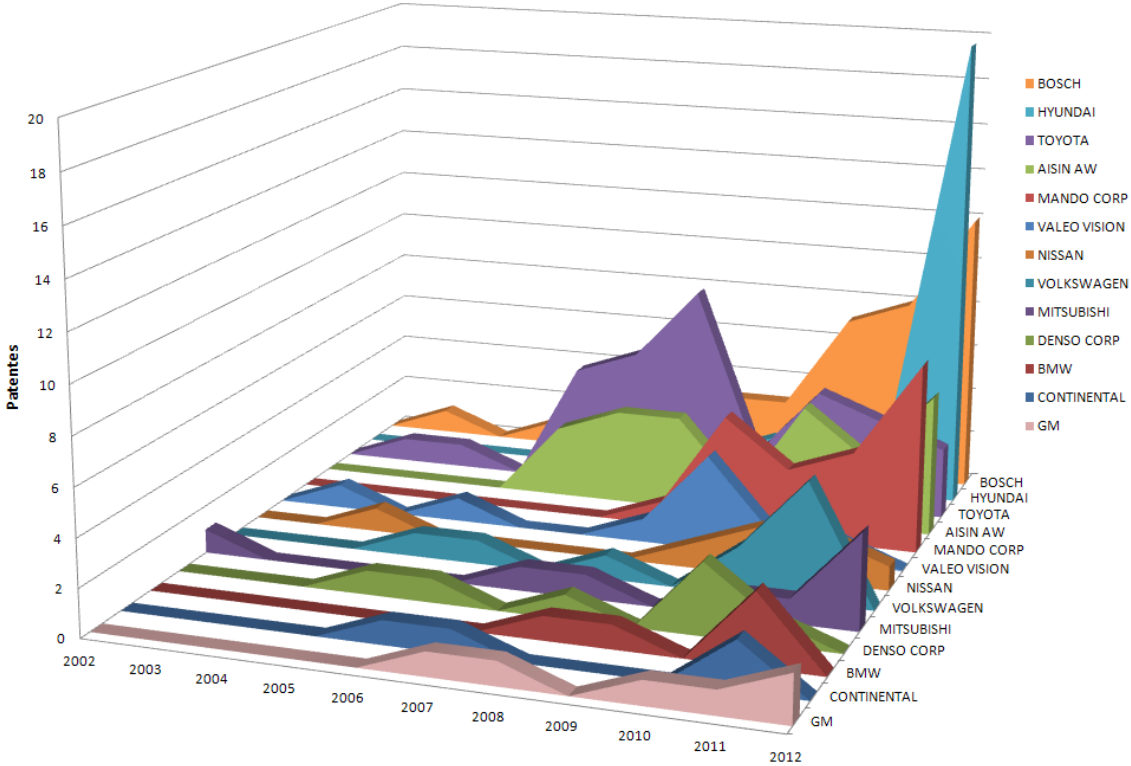
Fuente: Elaboración propia a partir de información extraída de bases de datos de patentes

Estudio de la competencia

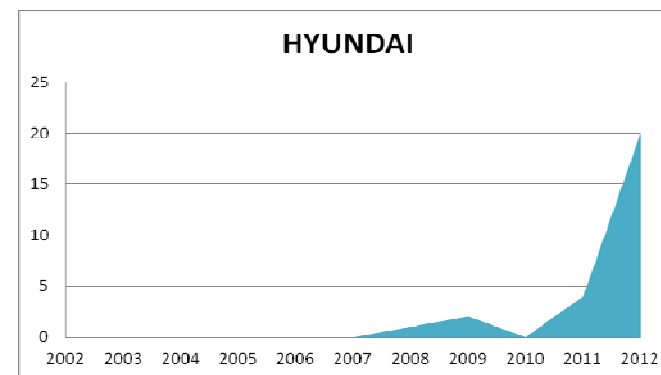
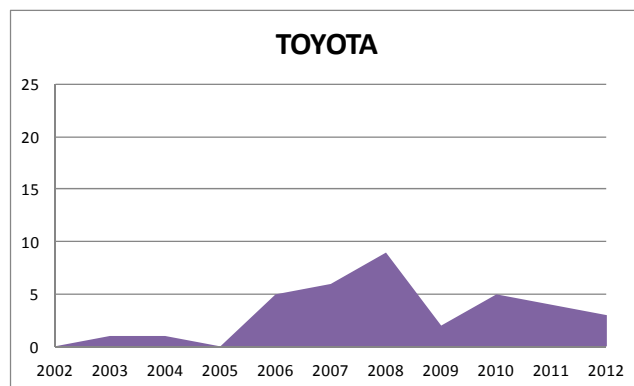
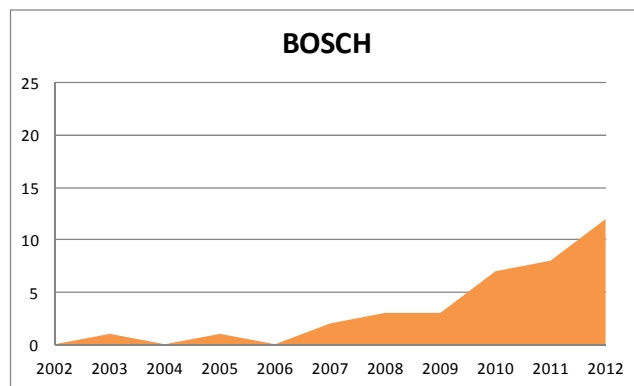
Assignee - DWPI	N	%
VISA INT SERVICE ASSOC	9	4,41
LEW C SONG A SONG V SONG Y	4	1,96
VOLT INFORMATION SCI INC	4	1,96
YAHOO INC	4	1,96
AMERICAN EXPRESS TRAVEL RELATED	3	1,47
BANK OF AMERICA CORP	3	1,47
INTERTRUST TECHNOLOGIES CORP	3	1,47
SILVERBROOK RES PTY LTD	3	1,47
ACCENTURE GLOBAL SERVICES GMBH	2	0,98
CITIBANK NA	2	0,98
CSP HOLDINGS INC CSP HOLDINGS	2	0,98
DIEBOLD SELF SERVICE SYSTEMS	2	0,98
EBAY INC	2	0,98
EXXONMOBIL OIL CORP MOBIL OIL	2	0,98
ONE EMPOWER PTE LTD	2	0,98
GONZALEZ M M MORALES GONZALEZ	2	0,98
INT BUSINESS MACHINES CORP	2	0,98
JADE-I INC	2	0,98
MASTERCARD INT INC	2	0,98
RICOH AMERICAS CORP	2	0,98
SAP AG	2	0,98
	59	28,92

Estudio de la competencia

Evolución de los principales solicitantes

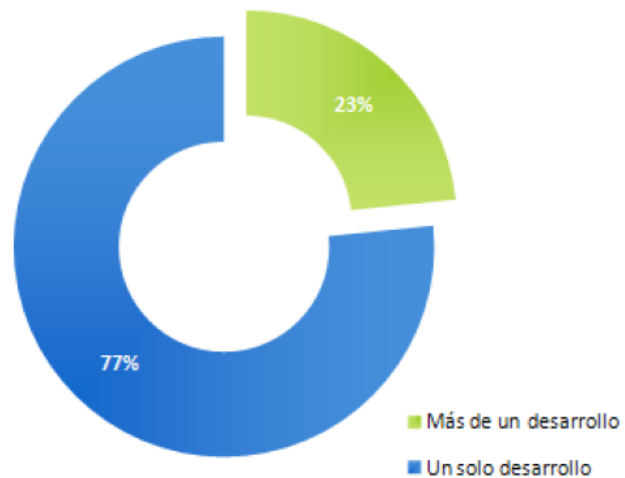


Estudio de la competencia



Estudio de la competencia

Distribución por número de solicitudes

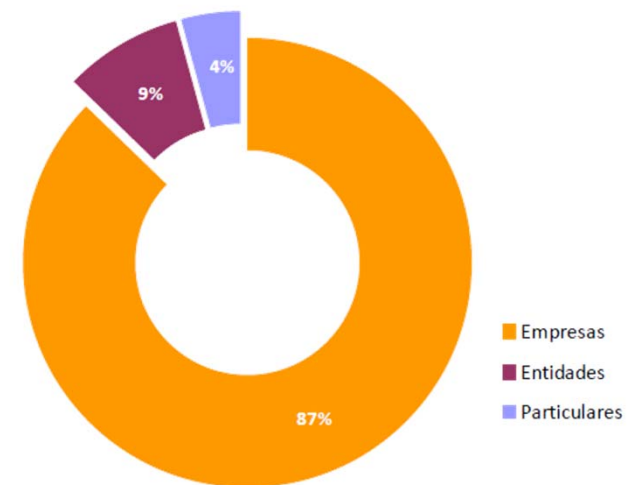


Gráf. 11: Distribución por número de solicitudes

Fuerza de competidores

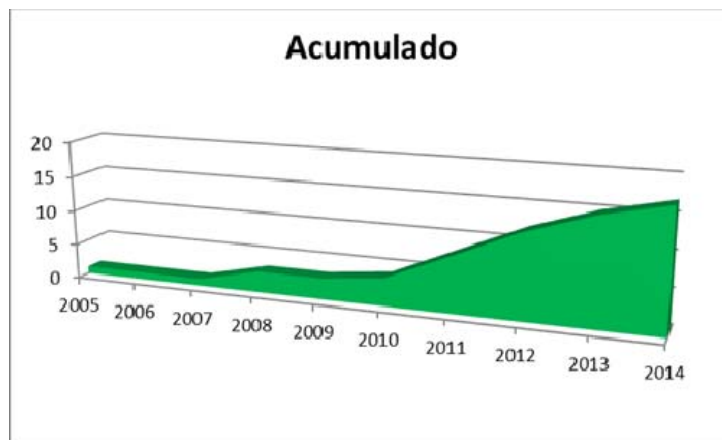
Tipo de competidores:
distancia al mercado

Distribución por naturaleza de solicitantes



Gráf. 12: Distribución por naturaleza de los solicitantes

Breve estudio del top competidores

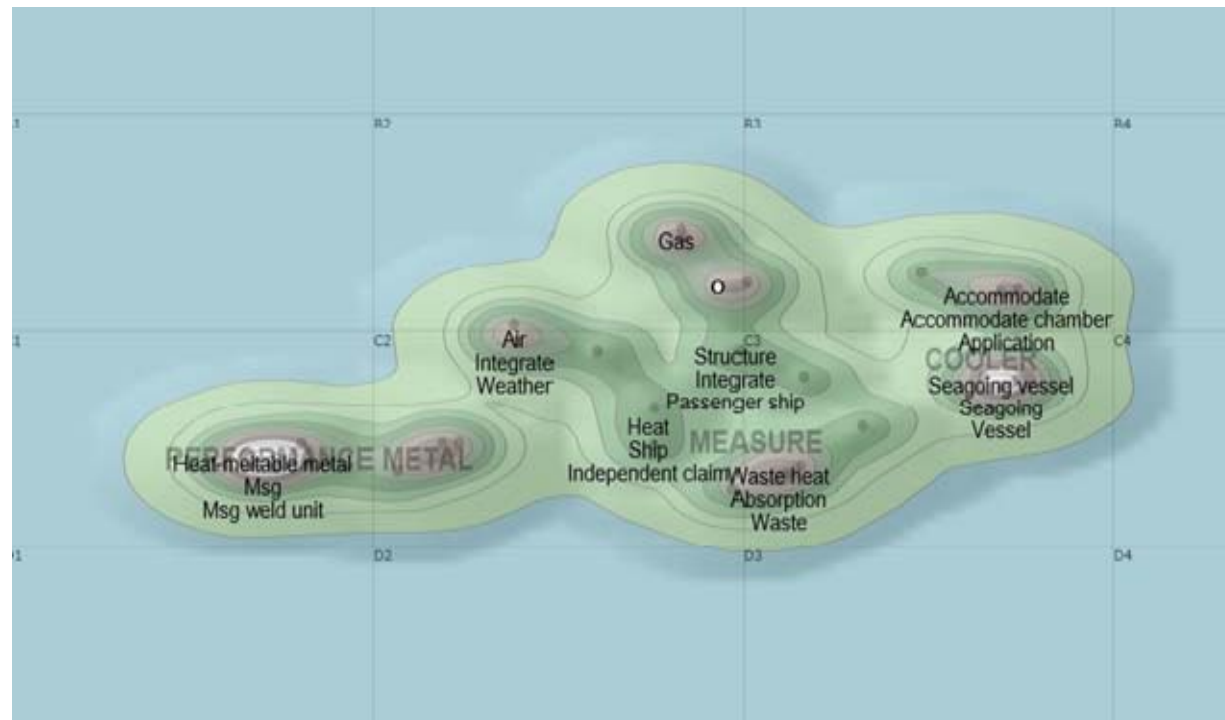


Año	N	Acumulado	%
2005	1	1	5,88
2006	0	1	0,00
2007	0	1	0,00
2008	2	3	11,76
2009	0	3	0,00
2010	1	4	5,88
2011	4	8	23,53
2012	4	12	23,53
2013	3	15	17,65
2014	2	17	11,76
	17		100,00

Breve estudio del top competidores

IPC	Año							Total
	2005	2008	2010	2011	2012	2013	2014	
B01D					1			1
B03B				1				1
B23K		1						1
D25H							1	1
B60H					1			1
B63B	1	1	1	1	2	1		7
B63J				1	1		1	3
B67D						1		1
E04C				1				1
F17C						1		1
F23G				1				1
F24F					1			1
F25B				1				1
F26B				1				1
G01C					1			1
Total	1	2	1	7	7	3	2	23

Breve estudio del top competidores



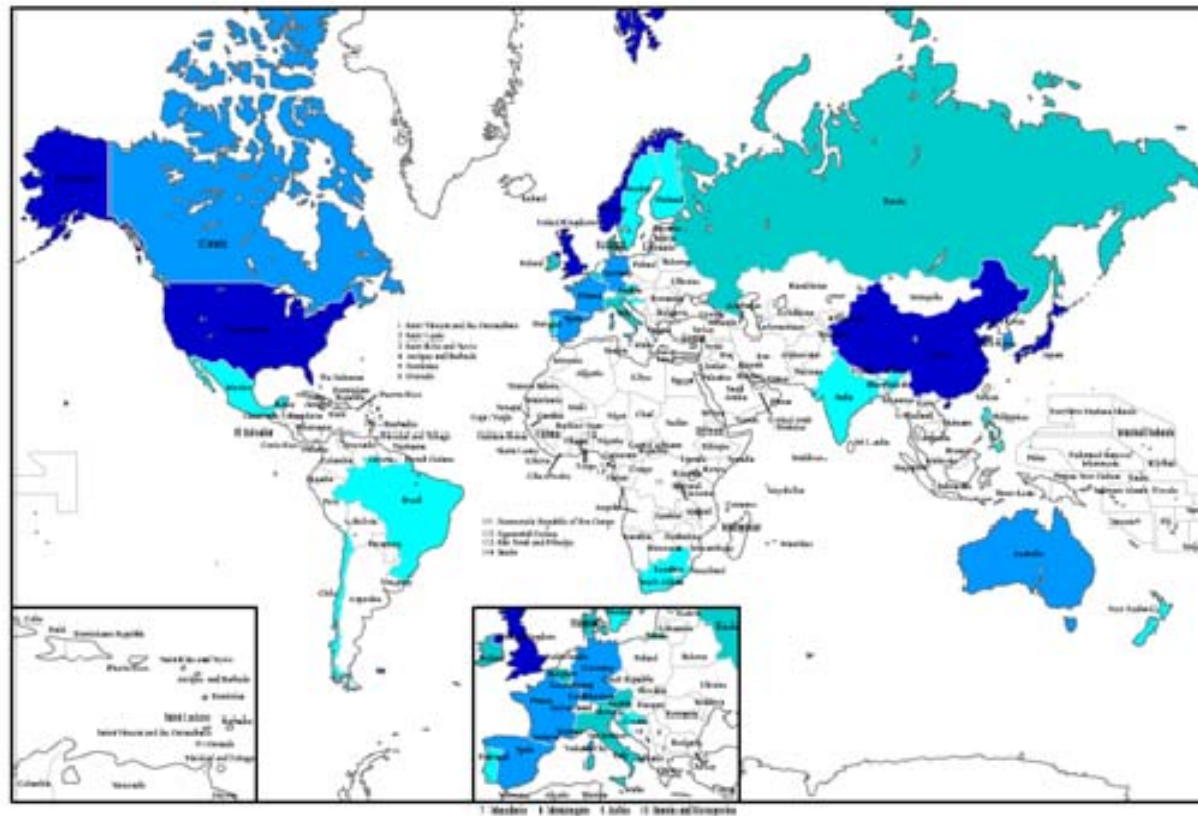
Breve estudio del top competidores

	Años							
Países	2005	2008	2010	2011	2012	2013	2014	Total
DE	1	1	1	5	3	3	2	16
AT	1							1
AU	1							1
BR		1						1
CA		1						1
CN		1		1				2
EP	1	1		2				4
JP	1	1		1				3
KR	2	1		1				4
NO	1							1
US	1	1						2
WO	1	1		1	2	1		6
Total	10	9	1	11	5	4	2	42

Mercado geográfico

Country (market)	N	%	% Accum.
US	102	34,08	34,08
BR	88	22,29	56,37
Mex	87	21,88	78,25
GB	78	20,88	99,13
CN	68	7,88	107,01
IN	41	8,88	115,89
JP	40	8,87	124,76
DE	34	4,88	129,64
CA	33	4,88	134,52
FR	27	8,72	143,24
PT	28	8,88	152,12
AU	28	8,77	160,89
ES	18	2,48	163,37
DK	18	2,07	165,44
NL	10	1,88	167,32
AT	7	0,88	168,20
IE	7	0,88	169,08
IT	4	0,88	170,00
RU	4	0,88	170,88
SP	3	0,41	171,29
FI	3	0,41	171,70
MX	3	0,41	172,11
CA	3	0,41	172,52
PT	3	0,41	172,93
FR	3	0,41	173,34
ZA	3	0,41	173,75

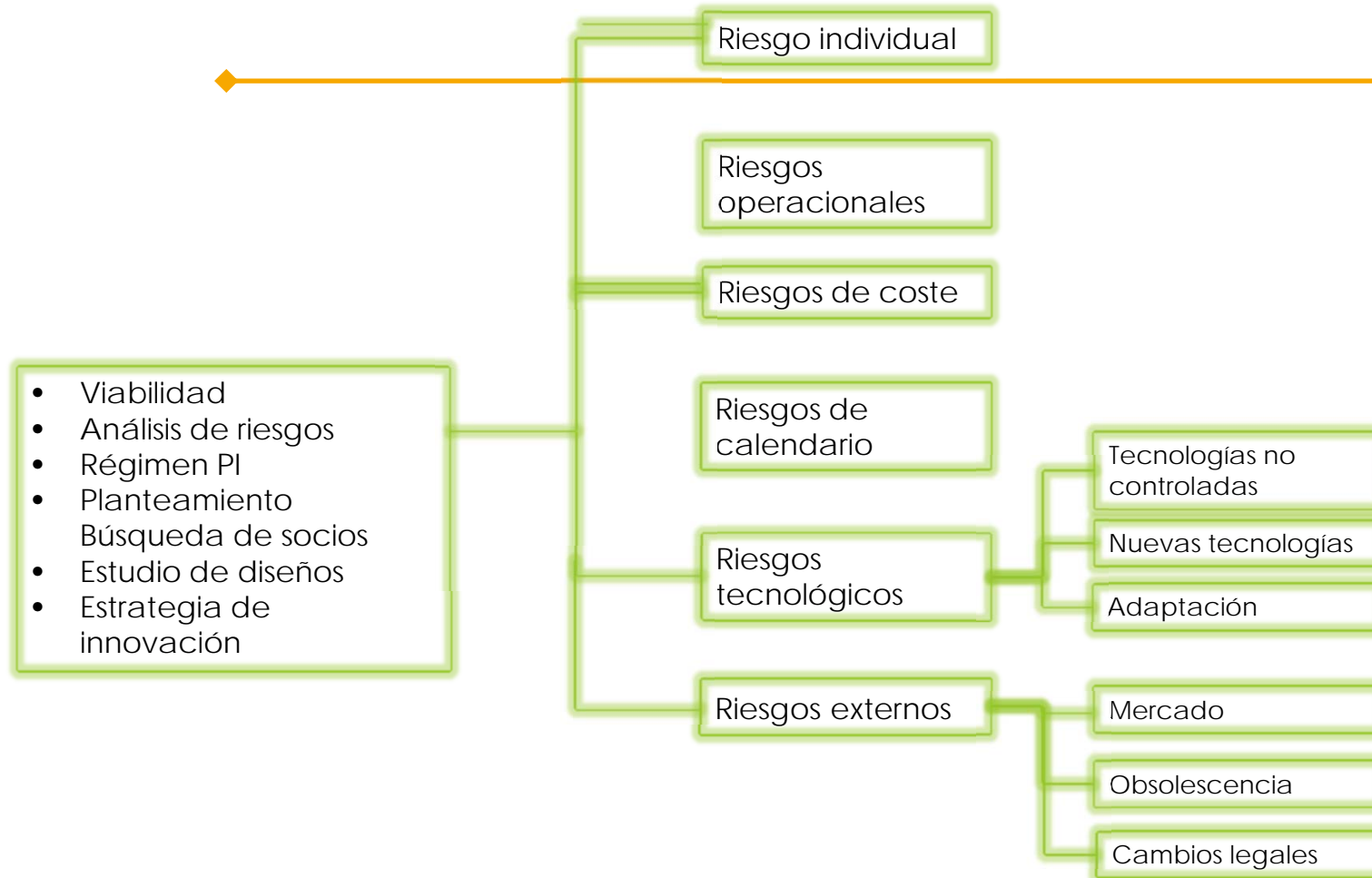
Mercado geográfico



Volumen de mercado

Valor actual neto

Año actual	2014
Año esperado de entrada en el mercado	2015
Vida esperada de la tecnología en el mercado	16
Ventas totales en el presente año	5.775.000.000
Beneficio neto promedio en el mercado (%)	20,00%
Crecimiento anual en el mercado (%)	1,23%
Tasa libre de riesgo	5,00%
Valor actual neto de los beneficios	13.082.298.520



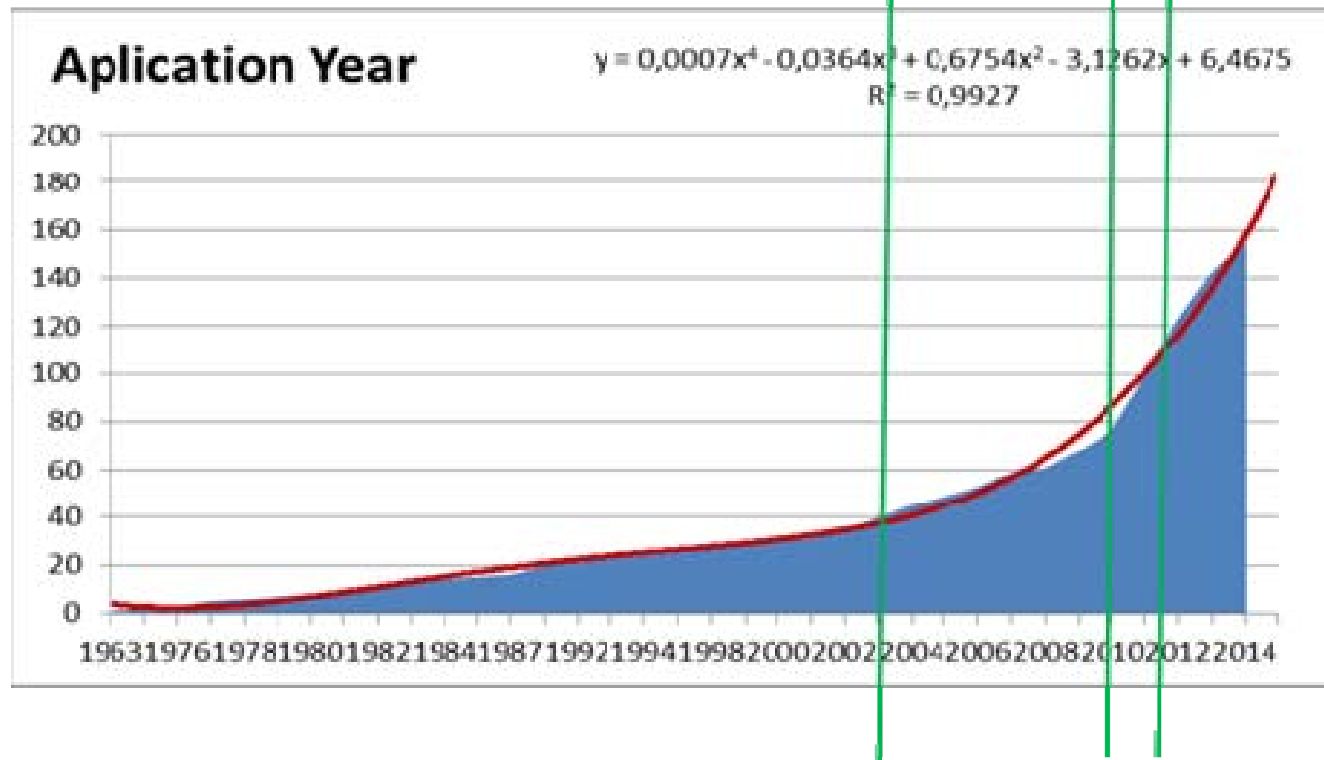
Principales segmentos de mercado

Main field	N	%	% 2010 - 2015	Description
G06F	37,00	11,28	16,21	ELECTRIC DIGITAL DATA PROCESSING
H01L	29,00	8,84	24,14	SEMICONDUCTOR DEVICES; ELECTRIC SOLID STATE DEVICES NOT OTHERWISE PROVIDED FOR
H04N	27,00	8,23	11,11	PICTORIAL COMMUNICATION, e.g. TELEVISION
A61B	14,00	4,27	14,28	DIAGNOSIS; SURGERY; IDENTIFICATION
G01N	10,00	3,05	10,00	INVESTIGATING OR ANALYSING MATERIALS BY DETERMINING THEIR CHEMICAL OR PHYSICAL PROPERTIES
B29C	6,00	1,83	33,33	SHAPING OR JOINING OF PLASTICS; SHAPING OF SUBSTANCES IN A PLASTIC STATE, IN GENERAL; AFTER-TREATMENT OF THE SHAPED PRODUCTS, e.g. REPAIRING
G02F	6,00	1,83	16,66	DEVICES OR ARRANGEMENTS, THE OPTICAL OPERATION OF WHICH IS MODIFIED BY CHANGING THE OPTICAL PROPERTIES OF THE MEDIUM OF THE DEVICES OR ARRANGEMENTS FOR THE CONTROL OF THE INTENSITY, COLOUR, PHASE, POLARISATION OR DIRECTION OF LIGHT, e.g. SWITCHING, GATING, MODULATING OR DEMODULATING; TECHNIQUES OR PROCEDURES FOR THE OPERATION THEREOF; FREQUENCY-CHANGING; NON-LINEAR OPTICS; OPTICAL LOGIC ELEMENTS; OPTICAL ANALOGUE/DIGITAL CONVERTERS
G06K	6,00	1,83	16,00	RECOGNITION OF DATA; PRESENTATION OF DATA; RECORD CARRIERS; HANDLING RECORD CARRIERS
H03M	6,00	1,83	0,00	CODING, DECODING OR CODE CONVERSION, IN GENERAL
E05B	5,00	1,52	20,00	LOCKS; ACCESSORIES THEREFOR; HANDCUFFS
E21B	5,00	1,52	60,00	EARTH OR ROCK DRILLING; OBTAINING OIL, GAS, WATER, SOLUBLE OR MELTABLE MATERIALS OR A SLURRY OF MINERALS FROM WELLS

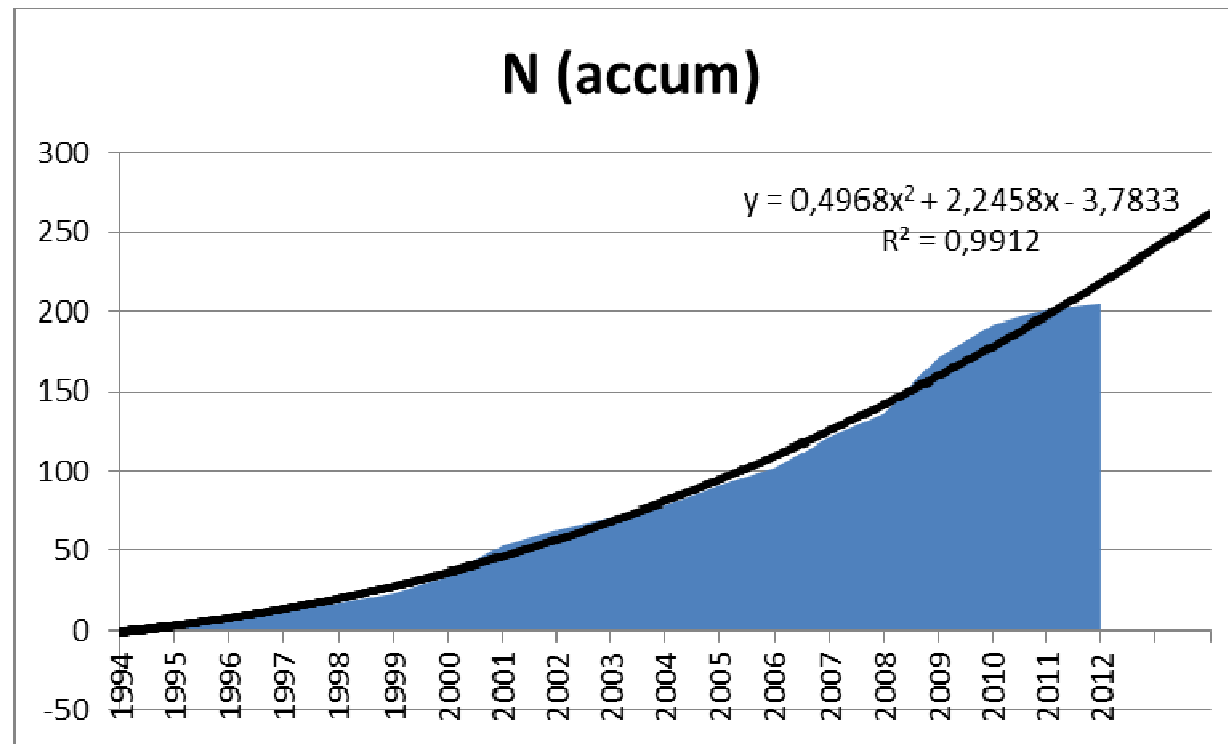
Otras aplicaciones

- **G06Q004000** **Finance; Insurance; Tax strategies**; Processing of corporate or income taxes
- **G06Q005000** Systems or methods specially adapted for a specific business sector, e.g. **utilities or tourism**
- **G06F001740** **Digital computing or data processing equipment** or methods, specially adapted for specific functions - Data acquisition and logging
- **G06Q003002** Commerce, e.g. shopping or e-commerce - Marketing, e.g. **market research and analysis, surveying, promotions**, advertising, buyer profiling, customer management or rewards; **Price estimation** or determination

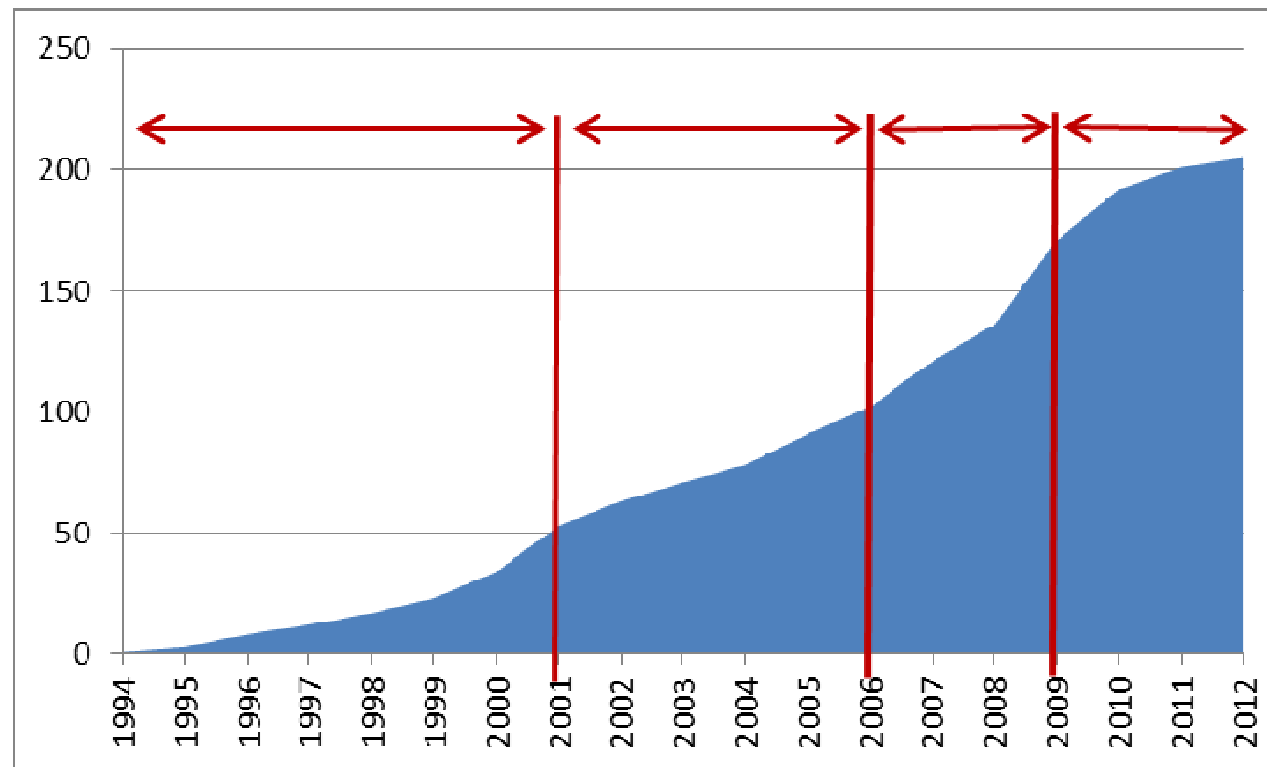
Momento de oportunidad



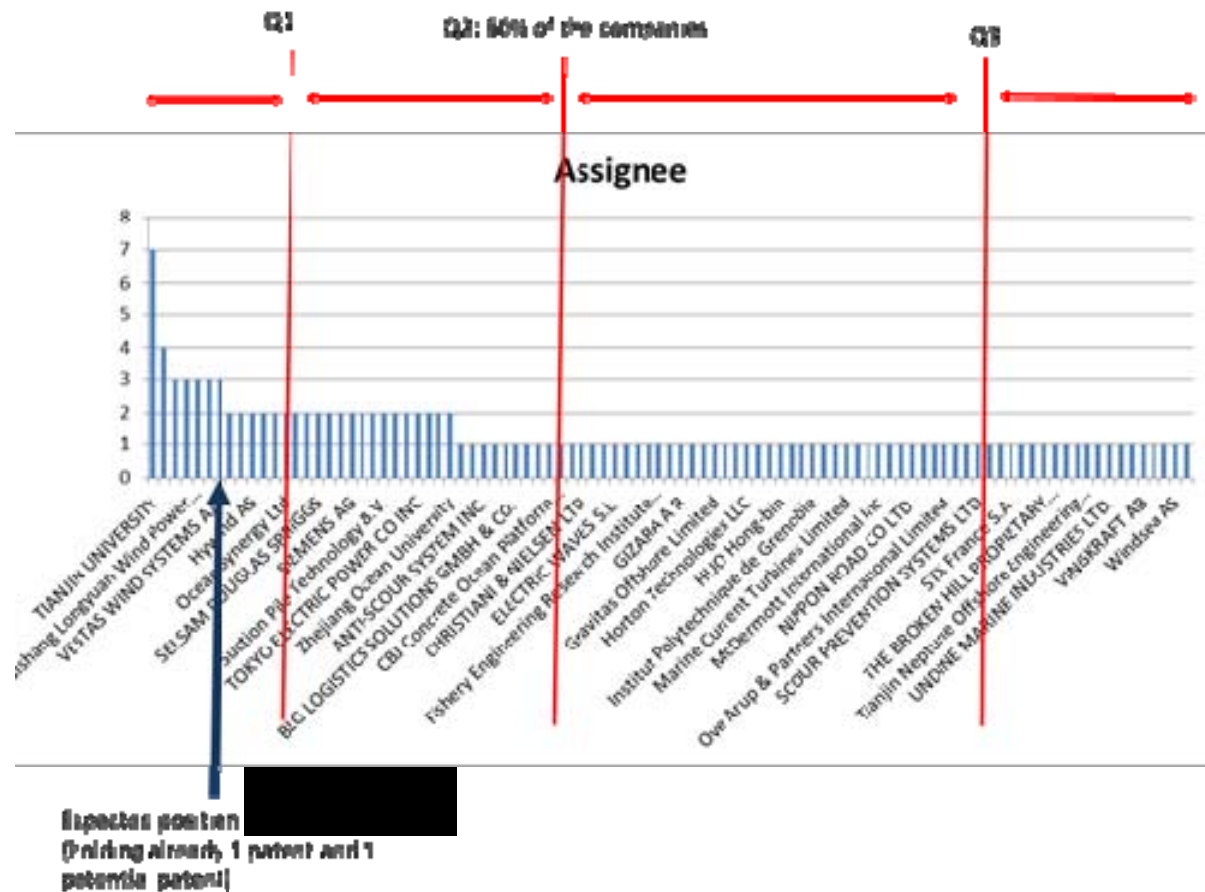
Momento de oportunidad



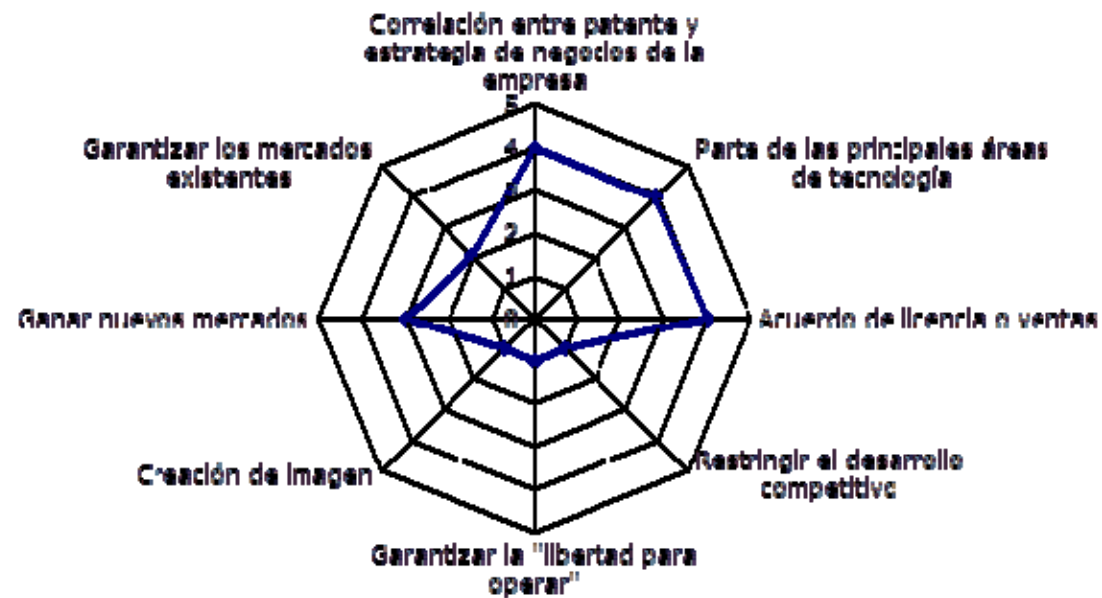
Momento de oportunidad



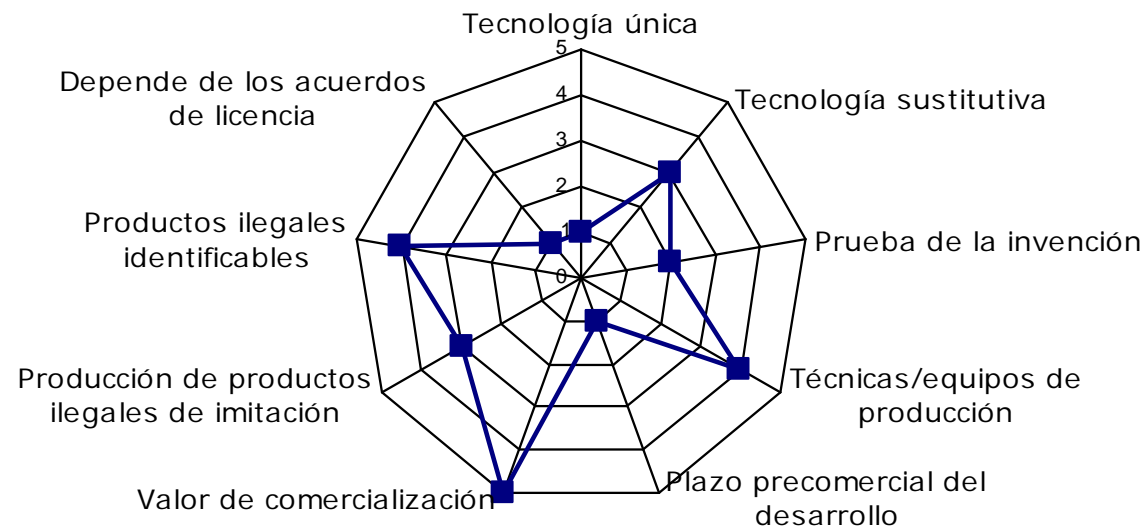
Momento de oportunidad



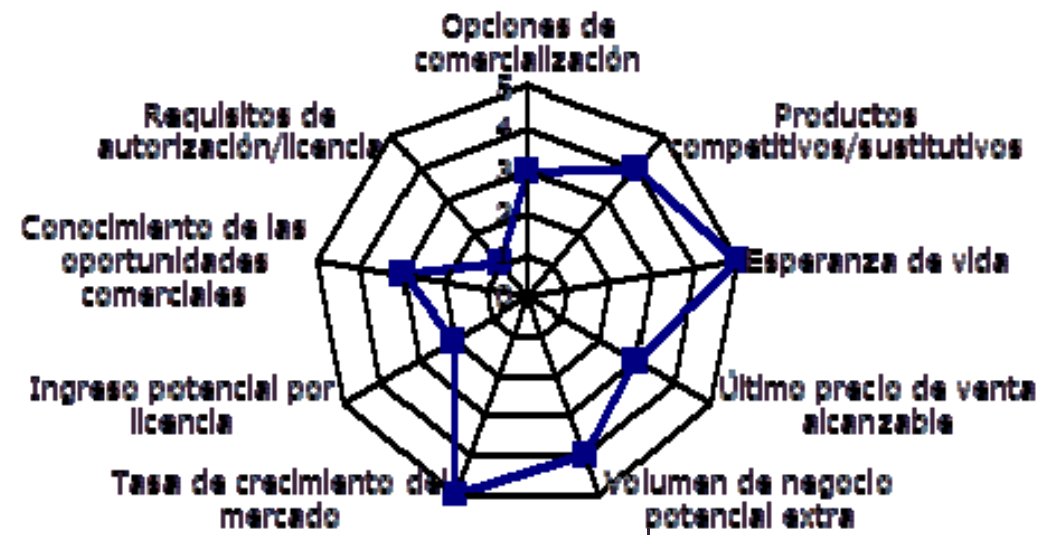
Estimación de la oportunidad

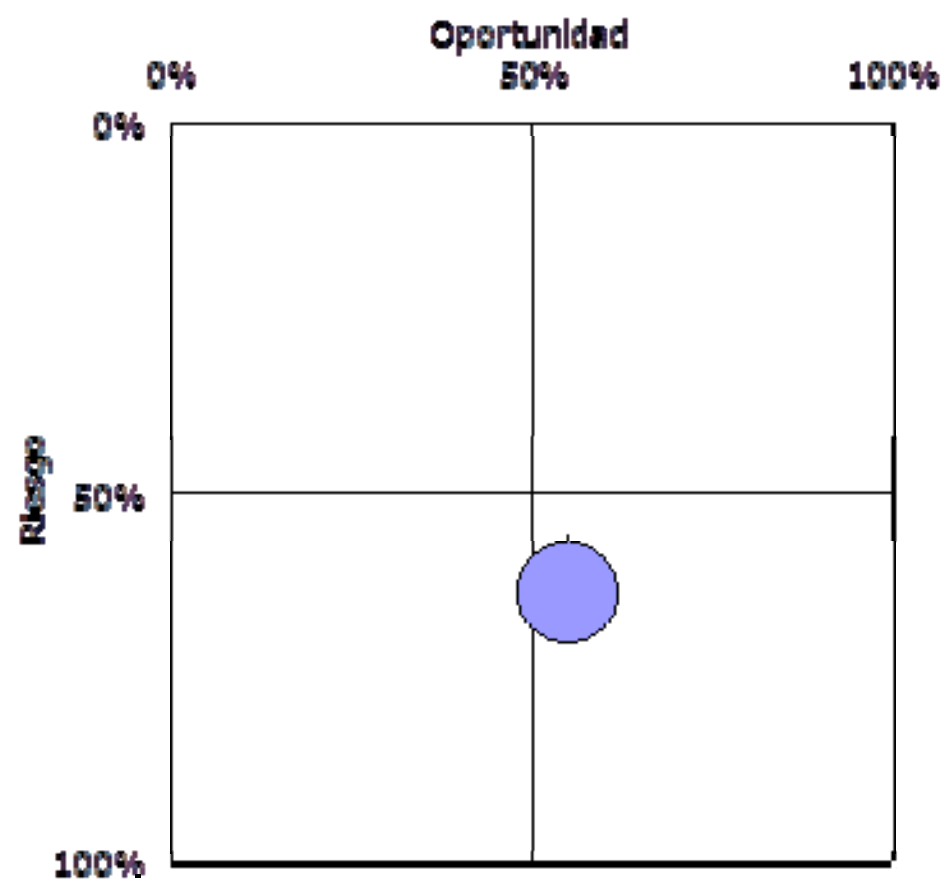


Tecnología



Condiciones de mercado





Beneficios de la VT/IC

- ✦ Un proyecto de I+D puede poner en valor el conocimiento acumulado por los departamentos de investigación o de compañías enteras
- ✦ En un proyecto de I+D deben colaborar diferentes organismos y actores
- ✦ Partes específicas de las propuestas son de alto valor especializado y suponen una diferencia con otras propuestas
- ✦ Los agentes de innovación debemos asegurar en la medida de lo posible el éxito de una propuesta, y minimizar la incertidumbre
- ✦ Importancia estratégica de la protección y de la llegada a un mercado en condiciones de libertad de operación

-
- ◆ Realización de un **estado del arte** completo, exhaustivo, conciso, que refleje el estado de la técnica existente de manera objetiva y minuciosa
 - ◆ Integrar la **propiedad industrial** en la explotación del proyecto: protección y gestión de los resultados, del nombre de proyecto, del nombre de los productos y de todo el *website*
 - ◆ **Integrar la comercialización y explotación** de los resultados, teniendo en cuenta aspectos jurídicos, situación de aspectos jurídicos, situación de mercado y de la competencia

-
- ◆ Integrar la **propiedad intelectual** del proyecto: protección de manuales y guías, Software, bases de datos, contenidos *web*, gráficos o soportes para difusión
 - ◆ Reflejar **aspectos de mercado, tendencias tecnológicas, vigilancia de la competencia, escenarios** a corto y medio plazo (prospectiva)